

Interview mit:

TOSCANI

Oliviero Toscani – Er ist auf der Suche nach dem verlorenen Para-dies: der streitbare Benetton-Fotograf Oliviero Toscani. Mit missionarischem Eifer verurteilt er die Schandtaten in dieser Welt, doch seine Argumente sind rational schwer zu begreifen. Trotzdem: Er machte Benetton und vor allem sich selbst zur weltbekanntesten Marke.

Interview: Oliver Prange

“Ich finde es fantastisch, nicht geliebt zu sein, denn das ermöglicht eine Art eigenständiges Sein.”

“Ich bin der bestbezahlte Kreative der Welt.”

“Ich habe mir mein Menschsein ja nicht selbst ausgesucht. Vielleicht wäre ich lieber eine Maus.”

“Ausser mir gibt es wahrscheinlich niemanden im Werbegeschäft, der keinen Konsens eingeht.”

Sie sind bekannt für Ihre provokativen Fotos, deshalb starte ich mit einer provokativen Frage: Offensichtlich existieren Bilder von der sterbenden Prinzessin Diana im verunfallten Mercedes. Wenn Sie als einziger an diese Fotos kämen, würden Sie sie benützen als Werbung für Benetton?

“Sie trug Versace-Kleider, nicht Benetton. Wir machen keine Werbung für Versace. Im übrigen würde ich nichts im Zusammenhang mit der Monarchie zeigen, ich hasse sie. Ich bin ein Republikaner.”

Aber der Unfall von Lady Di ist eine Realität, die bewegt. Sie sind bekannt dafür, in Ihrer Werbung keine Illusion, sondern die nackte Realität zeigen zu wollen.

“Ich denke, es gibt viel wichtigere Dinge als Lady Dianas Sterberezeremonie. Es gibt Leute, die viel mehr leiden, als sie es tat. Sie steht nicht zur Diskussion. Ich fände es auch ziemlich grotesk.”

Im heutigen Medienzeitalter erlangen Menschen Bedeutung, ohne eine spezielle Leistung erbracht zu haben. Wie beurteilen Sie diesen Trend?

“Ich denke, die Realität ist heute nicht mehr realistisch. Sie wird von den Kameras und Bildern gemacht. Das Image erlangt grössere

Wichtigkeit als der Inhalt. So wird das Image zur Realität. Die echte Natur gibt es ja heute auch nicht mehr. Wenn wir zum Fenster hinausschauen, sehen wir wohl Bäume. Sie wurden aber alle gepflanzt, also ist die Natur doch gefälscht. Das Paradies ist verloren gegangen, es gibt es nicht mehr. Alles ist Fälschung. Alles ist nur Nachbildung.”

Das ist interessant. Was ist für Sie das Paradies?

“Das Paradies ist, was wir verloren haben.”

Konkret?

“Das Paradies ist das Gefühl, absolut kein Verlangen nach etwas zu verspüren, das man nicht hat. Aber wir brauchen ja so viel um uns herum. Wir müssen sogar die Natur manipulieren. Natur existiert heute nicht mehr. Was wir haben, ist nur noch eine Repräsentation der Natur. Politik, Beziehungen, Sex: alles ist verfälscht!”

Betrachten Sie es als Ihre Aufgabe, die echte Natur wiederzufinden?

“Schauen Sie die Schweiz an; das beste Beispiel. Die Schweiz ist ein Welt-anerkannter Menschenrassen-Nationalpark. Alles ist falsch in der Schweiz, sogar die Berge. Was wir sehen, ist nur eine Abbildung der Berge. Die Schweiz ist ein sehr gutes Beispiel für das, was ich meine.”

In den letzten Jahren zeigten Sie in Ihrer Benetton-Werbung sehr provozierende Sujets. Die aktuelle Kampagne “Faces” indessen ist harmlos. Sind Sie müde geworden?

“Nein, wieso denn? Ich will einfach zur Diskussion anregen. Es gibt schöne und schreckliche Dinge. Die Leute sind verdorben, wenn sie es widerlich finden, schreckliche Dinge zu sehen, die aber Realität sind. Diese Diskussionen werden meist von dummen Leuten ausgelöst. Ich mache aber keine Werbung für kleinkrämerische Bürger, sondern für Menschen, die in ihrem Denken nicht beschränkt sind.”

Was bezwecken Sie eigentlich mit Ihrer Werbung?

“Ich will verkaufen natürlich!”

Glauben Sie, dass Ihre Arbeit dem Verkauf von Benetton-Kleidern dienlich ist?

“Ich denke, während der Renaissance bestand die Aufgabe der Maler darin, Religion zu verkaufen.”

Und Sie sind ein moderner Künstler, der statt Religion Textilien verkauft?

“Ich verkaufe keine Produkte. Ich verkaufe eine Betrachtungsweise.”

Wo ist die Brücke zu Benetton?

“Benetton braucht Bilder. Benetton braucht Kommunikation. Die Brücke ist das Geld, das mich bezahlt.”

Wenn Sie nun ein blutverschmiertes Soldatenhemd zeigen, was wollen Sie damit ausdrücken, das den Verkauf von Benetton-Kleidung fördert?

“Ich verkaufe nicht Benetton, Benetton verkauft sich selbst. Ich bin kein Verkäufer. Werber werden immer mehr zu Verkäufern. Ich dagegen vermittele einen Standpunkt.”

Sie schreiben in einem Ihrer Bücher, Werbeleute seien Lügner, die Illusionen verbreiten.

“Absolut. Aber ein Lügner kann immerhin intelligent sein, Werber sind es meist nicht. Ich denke, Lügner haben viel mehr Interessen als Werbeleute.”

Erklären Sie mir bitte Ihre Kampagne “Faces”.

“Es ist die Suche nach den Unterschieden. Das ist eine Arbeit, der ich bereits seit vielen Jahren nachgehe. Sie ist für mich keine neue Kampagne. Niemand wollte mir glauben, dass es von Interesse sein könnte, Unterschiede aufzuzeigen. Also wollte ich das Gegenteil beweisen.”

Welche Unterschiede, Rassenunterschiede?

“Es gibt nur eine Menschenrasse, das ist eine Rasse mit vielen Variationen.”

Seit Neuem mischt Luciano Benettos 33jähriger Sohn Alessandro, ein Harvard-Absolvent, im Management des Konzerns kräftig mit. Er will, dass der Name Benetton einen Klang bekommt wie Walt Disney. Ist es Ihnen darum nicht mehr erlaubt, Ihre provokative Masche durchzuziehen?

“Nein, hat er das gesagt? Benetton gehört heute zu den fünf bekanntesten Marken der Welt, und sie ist die jüngste dieser fünf. Wir haben es geschafft, Benetton ohne Fernsehen und ohne Massenmedien berühmt zu machen.”

Wurde Benetton dank Ihnen so bekannt?

“Dank der Werbung.”

Weil Sie ungewöhnlich ist?

“Sie ist nicht ungewöhnlich. Wir wollen nur nicht dasselbe tun wie alle anderen. Wir sprechen eine eigene Sprache. Wir agieren anders, und die Leute realisieren das. Wir wollen nicht die Nummer eins sein, sondern einzigartig.”

Warum glauben Sie, dass es Benettos Aufgabe ist, auf die Probleme der Welt hinzuweisen, auf Krieg, ökologische Krisen, Krankheit?

“Das sollte eigentlich jedermanns Job sein. Ja, es ist zu Benetton's Aufgabe geworden. Ich bin sogar der Ansicht, grosse Firmen müssten für das ökologische Gleichgewicht in der Welt in die Verantwortung genommen werden. Konzerne, die im nächsten Jahrhundert überleben wollen, müssen eine sozialpolitische Verantwortung übernehmen.”

Was raten Sie anderen Firmen hinsichtlich ihrer Kommunikation?

“Sie sollen ihre Manager loswerden! Sie müssen ihr Management-System komplett umstellen.”

Wie sollte es denn sein?

“Wissen Sie, Manager arbeiten nicht unbedingt im Interesse der Firma, sie sind eher auf ihre eigene Karriere bedacht. Ich kann schlecht mit Managern zusammenarbeiten. Ich kann einfach keine Beziehung zu Marketing-Direktoren pflegen, es funktioniert nicht. Die grossartigste Zeit war wohl die Renaissance, da hatte man es nur mit der Obrigkeit zu tun.”

Herr Toscani, was wollen Sie eigentlich sein, ein Missionar, ein Philosoph?

“Ein Missionar? Nein, ich bin ein Bildermacher. Wenn man Charakterbilder herstellt, muss man ein Gespür dafür haben, was in der Welt vor sich geht. Philosoph kann jeder sein, auch ein Lastwagenfahrer.”

Also sind auch Sie ein Philosoph. Beschreiben Sie mir bitte Ihre Grundsätze.

“Ausser mir gibt es wahrscheinlich niemanden im Werbegeschäft, der keinen Konsens eingeht. Alle wollen geliebt und akzeptiert sein. Und sie tun einiges dafür. Das finde ich sehr schlecht. Denn das treibt die menschliche Persönlichkeit in die Krise. Mir ist Akzeptanz völlig egal, ich will nur der sein, der ich bin. Ich will lieber abgelehnt als geliebt sein für etwas, das ich nicht bin.”

Sie glauben, es herrscht zuviel Selbstbetrug?

“Total. Die Menschen glauben nicht an sich. Sie leben in einem konstanten Angstzustand.”

Angstzustand?

“Alles macht ihnen Angst. Sie fürchten sich sogar davor, glücklich zu sein.”

Woher stammt diese Angst?

“Sie entsteht durch unsere Lebensweise. Die Menschen haben Angst vor der Natur, darum räumen sie das Gras weg und reinigen die Geranien vor den Fenstern. Sie ziehen Versace-Kleider an, weil sie sich davor fürchten, sonst nicht akzeptiert zu werden. Ich habe keine

Angst. Ich finde es sogar fantastisch, nicht geliebt zu sein, denn das ermöglicht eine Art eigenständiges Sein.”

Je sicherer das Leben wird, desto unsicherer werden die Menschen.

“Genau. Die Menschen wollen stets etwas anderes sein, als sie sind.”

Wovor haben Sie Angst?

“Ich kann Krankheiten nicht ausstehen und fürchte mich sehr davor.”

Sie sagen, Sie seien ohne Erinnerung.

“Ich erinnere mich nicht an Dinge, die ich nicht mag. Ich habe ein selektives Erinnerungsvermögen und denke nur an Dinge, die ich mag und will. Alles andere vergesse ich. Das erhält mich gesund. Ich bin nie krank. Ich bin der Meinung, viele Leute werden krank, weil sie ständig Probleme wälzen.”

Sie erwähnten in einem Interview, dass Sie Jesus Christus für den besten Werber halten. Was wollen Sie damit aussagen?

“Er war der beste Imageträger. Er stellte Sohn Gottes dar, seine Mutter blieb eine Jungfrau, er vollbrachte all die Wunder: Das ist pure Kreativität, pure Fantasie. Die Evangelisten waren das beste Pressebüro, das man sich vorstellen kann. Es verbreitete nicht, was Jesus wirklich tat, sondern all diese unglaublichen Geschichten um diesen Mann. Und als er gekreuzigt wurde, sah er wunderbar aus. Nicht einmal Federico Fellini hätte sich solch eine Geschichte ausdenken können. So halte ich Jesus Christus für das kreativste Wesen, das je existierte, weil er es fertigbrachte, eine Aura zu schaffen, die immerhin seit 2000 Jahren besteht.”

Sind Sie mit sich selbst zufrieden?

“Sehr. Glückliche auch noch, speziell wenn ich mich mit meiner Umgebung vergleiche.”

Was möchten Sie in nächster Zukunft persönlich erreichen?

“Ich möchte nichts erreichen. Ich bin nicht in einem Kanal und will nirgends hinkommen.”

Ist es falsch, sich Ziele zu setzen und diese anzustreben?

“Gewisse Leute brauchen dies. Ich gehe nicht unbedingt so vor. Ich möchte improvisieren können, denn man weiss nie, was passieren wird. Ich weiss eh' nicht, was morgen passieren wird. Ich bin einfach Optimist.”

Glauben Sie, dass Sie wirklich anders denken als die meisten?

“Ja. Die Menschen leben nach Plan. Sie wissen bereits, was sie zu Weihnachten machen werden und wo sie die nächsten Ferien

verbringen. Sie verplanen ihr ganzes Leben – wann sie heiraten, wann sie Kinder kriegen.”

Sie sind zum dritten Mal verheiratet.

“Ich mache einfach keine Pläne. Der letzte, den ich machte, da wollte ich mich unterbinden lassen, weil ich keine Kinder mehr zeugen wollte. Ich hatte schon drei. Ich hatte bereits einen Termin bei einem Arzt in Zürich. In jener Zeit drehte ich gerade einen Werbespot in Mexiko. Aber es regnete, und wir konnten nicht weitermachen. So rief ich den Arzt an, um den Termin abzusagen. Ich sagte ihm, ich würde mich sofort melden nach meiner Rückkehr, um einen neuen Termin festzulegen. In diesen Tagen lernte ich aber eine Frau kennen, Kirsti, eine Norwegerin, mit ihr bin ich heute verheiratet, und ich bekam mit ihr nochmals drei Kinder. Das zeigt doch, dass man nicht wirklich Pläne machen kann. Die Menschen verschwenden die Zeit ihres Lebens damit, Pläne zu machen anstatt zu leben und zu schauen, was kommt. Es gibt einen Song von John Lennon, in dem es heisst: ‘Das Leben ist, was passiert, während du geschäftig Pläne schmiedest’.”

Was treibt Sie an?

“Das Leben. Das ist der einzige Besitz. Ich habe nichts anderes, das wertvoll ist.”

Benetton gibt Ihnen die Möglichkeit, sich selbst darzustellen. Was würden Sie tun, wenn es Benetton nicht gäbe?

“Dann würde ich eine andere Firma finden. Benetton gibt mir sicherlich eine Chance, aber ich gebe Benetton auch eine.”

Welches Vermögen haben Sie durch Benetton erlangt?

“Ich bin der bestbezahlte Creative Director der Welt.”

Ich möchte Zahlen hören.

“In Italien trägt jeder einige Millionen in der Tasche, und das ist grossartig.”

Wie sieht heute der Alltag von Oliviero Toscani aus?

“Ich fliege heute nicht mehr so viel herum. Wir konzentrieren die Gespräche und führen alle hier in Treviso durch. Früher musste ich hierfür eine Woche lang nach New York oder Paris reisen, wo ich eigene Büros unterhielt.”

Sie sagen, Italien sei ein Land mit alter Kultur und moderner Ignoranz. Wie beurteilen Sie die Schweiz als Land?

“Der Unterschied zwischen Italien und der Schweiz ist, Italien ist ein unterentwickeltes Land, und die Schweiz ist ein entwickeltes Unterland. Ich liebe die Schweiz. Die Schweiz behandelte mich sehr gut. Ich erhielt eine gute Ausbildung an der Zürcher Kunstgewerbeschule in den sechziger Jahren.”

Wie kommen Sie auf dieses Urteil?

“Die Menschen und besonders die Schweizer können sich nicht am Leben erfreuen, weil sie immer hinter etwas herrennen: Geld, Anerkennung, Konsumartikeln. Eines Tages werden wir uns selbst zerstören, wenn wir so weitermachen.”

Aber Sie selbst sind Teil dieser Maschinerie. Sie heizen den Konsum durch Ihre Werbung an.

“Jeder Künstler ist eingeklemmt zwischen Idealen und Notwendigkeiten.”

Ich denke, Sie machen keine Kompromisse. Halten Sie sich für einen Künstler?

“Selbstverständlich bin ich ein Künstler. Ich habe keinen Komplex, dies zu sagen. Das ist für mich gar gesund. Ich sehe die Welt von einer artistischen, emotionalen Seite. Im Gegensatz zum Arzt, Anwalt oder Ingenieur, der sie von der technischen Seite sieht.”

Sie zeigen die Scheusslichkeiten, die in der Welt geschehen, doch sie sind bekannt. Wäre es nicht herausfordernder, stattdessen Lösungen zu präsentieren?

“Die Gefahren sind eben nicht bekannt. Sehen Sie, jeder trägt heute ein Zellular-Telefon. In einigen Jahren werden wir herausfinden, dass die Strahlen Krebs erzeugen und die ganze Menschheit im Sterben liegt. Wir finden immer neue Wege, uns selbst zu zerstören.”

Sie sind also doch ein Missionar.

“Ich bin kein Missionar, ich bin hier, um zu überleben. Ich bin ein Opfer, ich habe mir mein Menschsein ja nicht selbst ausgesucht. Vielleicht wäre ich lieber eine Maus.”

Glauben Sie, dass man Probleme auf diese Weise bekämpfen kann?

“Das ist das einzige, was wir tun können.”

Ihre Botschaft müsste nun sein: “Benützt nicht das Zellular-Telefon, denn es erzeugt Krebs.”

“Nein, im Gegenteil. Ich würde sagen, benützt das Telefon, wir sind eh' viel zu viele Menschen auf dieser Welt. Auch Reisen ist sehr nützlich, wenn wir uns dabei durch die Schadstoffe der Flugzeuge selbst umbringen. Es ist eine Tatsache, dass der Planet überbevölkert ist. Darum lautet meine Botschaft: ‘Benützt das Kondom nicht, aber das Handy.’ Oder man kann Pilot der schweizerischen Luftwaffe werden, dann stirbt man vielleicht, indem man in einen dieser wunderschönen Berge kracht.”

Sie publizieren ein buntes Magazin, das Colors heisst und sich ähnlich wie Ihre Werbung den Problemen der Welt widmet. Ich verstehe die Positionierung des Magazins nicht.

“Ich mache das, weil ich herausfinden will, ob ich fähig bin, ein Magazin herauszugeben. Alles, was ich mache, geschieht auf diese Weise. Ich mache nichts, um Geld zu verdienen oder Berühmtheit zu erlangen, sondern ich will einfach austesten, was ich zustande bringe. Colors hat immerhin eine Auflage von 360000 Exemplaren und wird nachgeahmt.”

Ich bin mir in diesem Gespräch nicht sicher, ob Sie spassen oder es ernst meinen. In den achtziger Jahren präsentierten Sie noch niedliche Kleinkinder verschiedener Rassen, erst später kamen die Weltschmerz-Bilder. Was ist mit Ihnen passiert?

“Nichts. Beides ist Realität, darum zeige ich Schönes und Schreckliches zugleich. Das Leben ist vielfältig.”